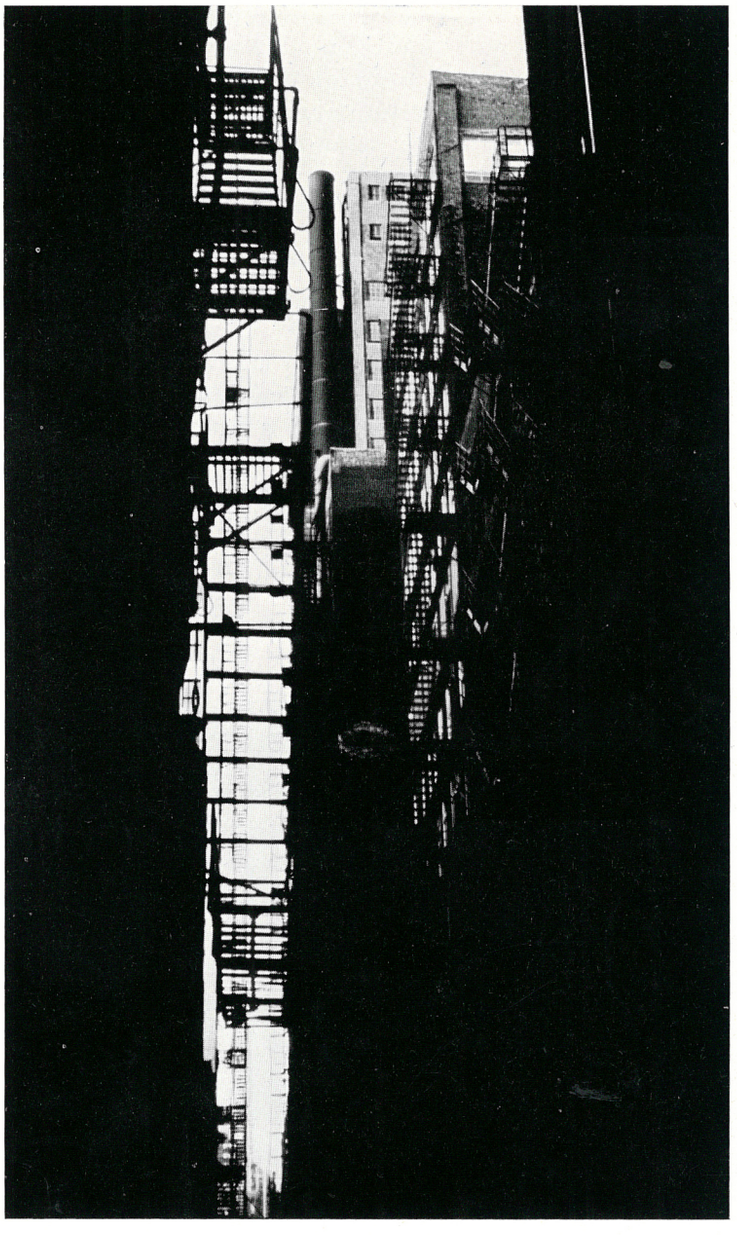
rivista bimestrale delle arti grafiche 6 novembre dicembre 1965 gruppo IV

linea grafica

franco grignani



1

2

1/2 - Immagini di una civiltà attraente e terribile colte da un obiettivo attento e stupito. A sinistra, le scale di soccorso a Chicago. A destra, il Rockfeller Center, a New York.

La comunicazione di Franco Grignani

F. Mataloni

Voleva fare il pittore, invece è diventato architetto, ma al primo incontro con un foglio stampato in litografia, la vocazione gli si è rivelata intera e indiscutibile. Egli inseguiva chissà da quando il mito del segno grafico.

« Se non è arte », disse evocando quel momento, « può tuttavia assurgere a grande importanza come comunicazione ». Fu lì che si accorse come il messaggio pubblicitario potesse essere reso scientifico. La sua intuizione era stata netta: bisognava superare i limiti fisici dell'occhio. Perchè un segno si vede più di un altro? Nel grigio del giornale, il nero spicca quanto il bianco. L'importanza dei vuoti. La grafica svizzera modula la pagina e l'armonizza fino a creare il contrario dello *choc*. Bisogna invece creare lo *choc,* con le distanze e le direzioni dei segni. Anche gli spazi ai margini. Tutto può influire. Alterare la visione. Se il segno obbedisce alle leggi dell'ordine, rimane statico.

Concluse che la grafica poteva, doveva svincolarsi dalla pittura figurativa e porre e risolvere nuovi problemi di visualizzazione. Le prime figure *flou* erano già uno spingere la mente a dare dell'oggetto una interpretazione soggettiva. Tendeva a sovrapporsi all'astrattismo. E intanto badava ad allargare le interpretazioni, suscitando negli altri pluralità di immagini attraverso stimoli psicologici. Andava formandosi nella sua mente l'idea della *tensione.*

« Che cos'è, la tensione? »

« E' un disagio, un disagio che non dipende solo dagli occhi, da ciò che si vede. Se devo raffigurare un ladro che ruba un gioiello, dovrò rappresentarlo nel nero perchè il buio è alleato

3

4

del ladro. E in questo campo nero segnare delle parole grandi, sarebbe un errore. Perchè la scritta è rumore, suono, mentre il ladro opera nel silenzio. Allora bisognerà scrivere piccolo. E lui, il ladro, non avrà una figura stagliata, ma i suoi contorni saranno sfocati perchè nelle nostre menti, nelle menti di ognuno, la fisionomia di un ladro è qualcosa di molto indefinito. Così se devo raffigurare la maternità, io la collocherò nel centro della pagina e lo spazio intorno si esalterà della sua presenza ».
« Ma è certo che questa trama di intenzioni pervenga intatta al destinatario? E' certo che capisca? ».
« Nessuno deve capire. Deve solo subire. Bisogna tener conto che i termini della comunicazione sono quattro, non due. Perchè io parlo e ho già una riserva mia, lei ascolta e ha una riserva sua. I primi termini sono di allarme, i secondi sono psicologici e hanno più risonanza. Eppoi, quando si operano delle ricerche, è importante saper vedere i propri difetti più dei pregi. Penso spesso alle grandi difficoltà dell'espressione. Avevo un amico giornalista che sapeva parlare molto bene, ma concludeva poco. La mia difficoltà di parola favorisce la mia sintesi. E la sintesi, in pubblicità, è fondamentale ».

Vision 65

Da 15 anni Franco Grignani porta avanti in tenace solitudine i suoi studi sulla comunicazione umana. In Italia lo sapevano in pochi, ma in America se ne parlava. E' stato Will Burtin a invitarlo al Congresso « Vision 65 » sulle comunicazioni uma-

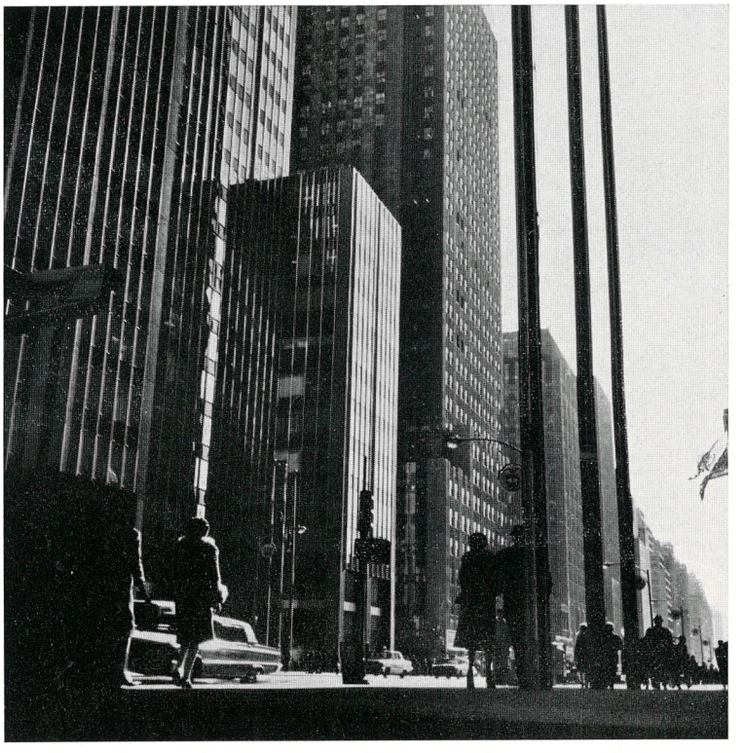
3 - Architettura avveniristica a Chicago: i grattacieli a pianta circolare di Marina City, del 1964. Funzionano come unità indipendenti. Architetti: Bertrand Goldberg Associates.

4 - La sera cala sui grattacieli Liberty della Michigan Avenue. Sulla sommità di uno di questi colossi è stata costruita una chiesa gotica. Chicago è la seconda città americana. In essa hanno lavorato i più grandi architetti: da Louis H. Sullivan a Frank Lloyd Wright, Eero Saarinen, Mies van der Rohe, Skidmore, Owings e Merill.

5/7 - La sesta strada, come molte altre a New York, ha il sole contato. I grattacieli si serrano potenti e orgogliosi tutt'intorno e tra di essi il vento dell'oceano soffia gelido come nelle gole alpine. In queste scatole di acciaio e di vetro, macchine perfette per una vita altamente produttiva, si respira aria condizionata, si lavora giorno e notte alla luce elettrica. Alcuni ascensori salgono a 100 Km. all'ora. La musica è costantemente soffusa ovunque.

6

5



7

ne che si è tenuto a Carbondale, presso la locale Illinois University, dal 21 al 23 ottobre scorso. Al Congresso, mi ha detto Grignani, la partecipazione degli artisti è stata limitata. La maggior parte dei convenuti erano docenti. Il che ha offerto al mio interlocutore la possibilità di definire con singolare precisione le differenze nel concetto d'arte esistenti tra noi e gli Americani. Per loro l'arte è un prodotto dell'istinto e della tecnica. Per noi è essenzialmente ancora un prodotto della cultura. Per loro il bello non esiste, esiste soltanto il problema del comunicare. In tal senso vanno considerati come attività di elevato tenore artistico i film sperimentali proiettati a Carbondale, dove evidentemente l'opera di ricerca ha trovato una sua armoniosa sintesi. Probabilmente per gli Americani anche le tavole pittoriche di Grignani, entusiasticamente accolte dalla assemblea la mattina del 23, hanno valore in quanto prodotto della tecnica e dell'istinto. Eppure mi pare che si toglierebbe qualcosa a questo nostro artista, che nella evoluzione del suo pensiero e del suo gusto ha saputo in definitiva dar rilievo alla sua triplice qualifica di architetto, pittore e grafico, se non si riconoscesse alle sue opere quel senso di compiuta bellezza raggiunta pur attraverso le minuziose ricerche della psicologia e dell'ottica.

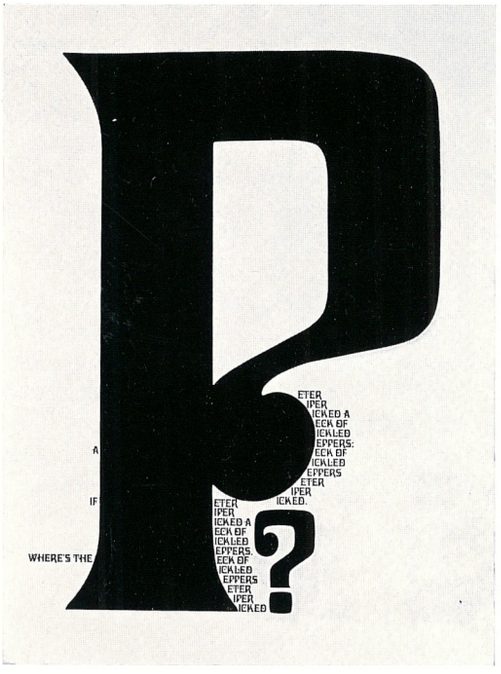
Il tema della tesi da lui esposta al Congresso di « Vision 65 » era imperniato sulla influenza della scienza sul disegno e sul futuro in genere della professione del graphic designer. Egli parla infatti della sua pittura come di una pittura comunicativa che come tale nasce per forza dalla grafica. E la grafica, si sa, è soprattutto comunicazione.

6 - Il giornale della Università dell'Illinois di Carbondale riporta il resoconto del Congresso di Vision 65. Al Congresso hanno partecipato 1500 persone giunte da tutto il mondo. L'Università di Carbondale ospita 19000 studenti che alloggiano in grandi roulottes allineate sui prati. Le varie facoltà sorgono in un ameno territorio cosparso di parchi e di laghi.

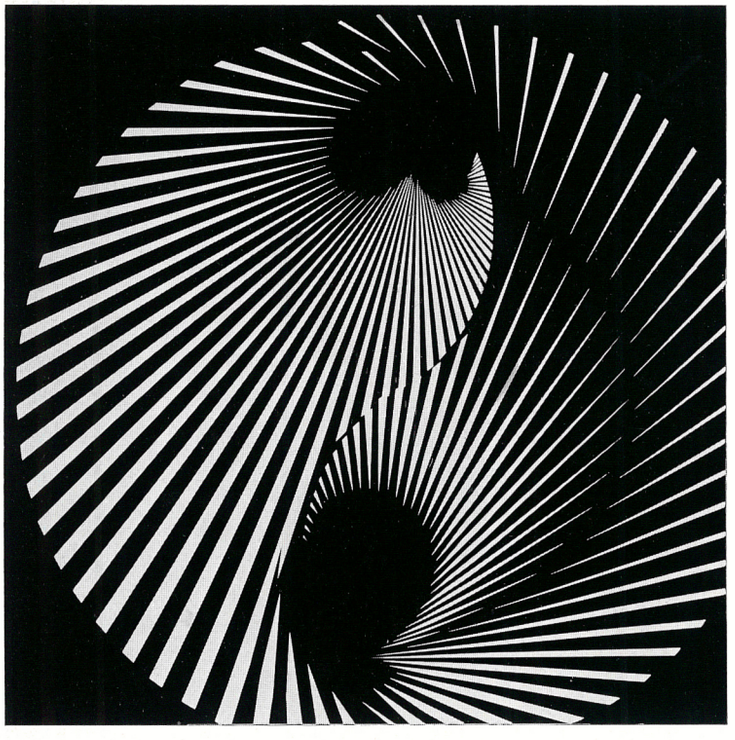
9 - Herb Lubalin è uno dei più grandi grafici d'America. Ecco una sua tipografia sperimentale esposta alla « Visual Graphics Gallery ». Elaborazione della P con un testo speciale che usa e abusa della P.

8/10/11/12/13 - Alcuni dipinti a olio su tela di Franco Grignani esposti in America: 8) « Strutturazione centrifuga-centripeta ». Dimensioni cm. 96 × 96. 10) « Ambiguità strutturale ». Dimensioni cm. 96 × 96. 11) « Torsione radiale ». Dimensioni cm. 96 × 96. 12) « Strutturazione fluttuante ». Dimensioni cm. 96 × 96. 13) « Proiezione strutturata ». Dimensioni cm. 96 × 76.

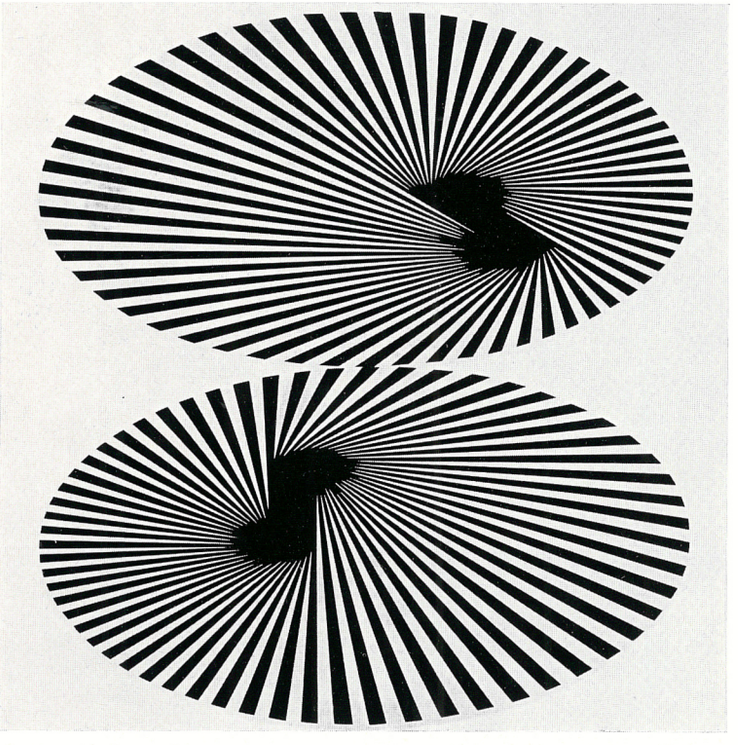
9



8



10

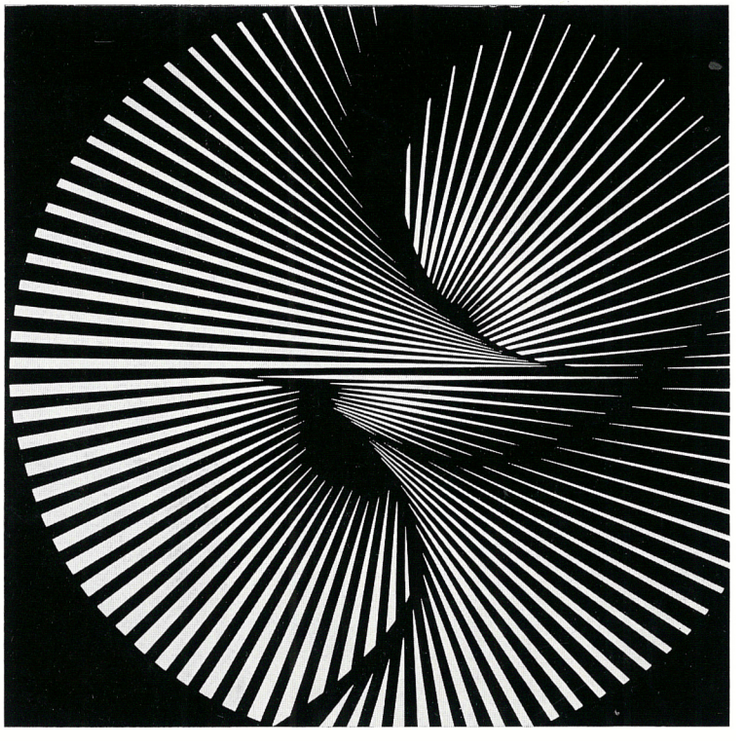


In America la pittura di Grignani ha trovato l'humus denso e congeniale — in certo qual modo — di una cultura dedita alla produttività. Anche produrre è comunicare. E infatti il suo successo è stato quasi sensazionale. Lee Ault ha voluto subito affidargli una copertina di « Art in America ». Dopo la conclusione di « Vision 65 », Grignani è stato invitato a recarsi per tre giorni a Chicago, ospite della Society of Typographic Arts (STA) il cui presidente ha accompagnato l'artista italiano in visita all'Institute of Design e all'Institute of Technology della locale Università. Prima di ripartire lo hanno invitato a inviare i suoi lavori alla « 500 Gallery », specializzata in arti grafiche, per una mostra che si dovrà tenere in aprile-maggio. Attualmente una mostra dei suoi quadri è allestita nelle gallerie della Illinois University di Carbondale e passerà successivamente nella galleria sperimentale della Container Corporation of America, a Chicago.

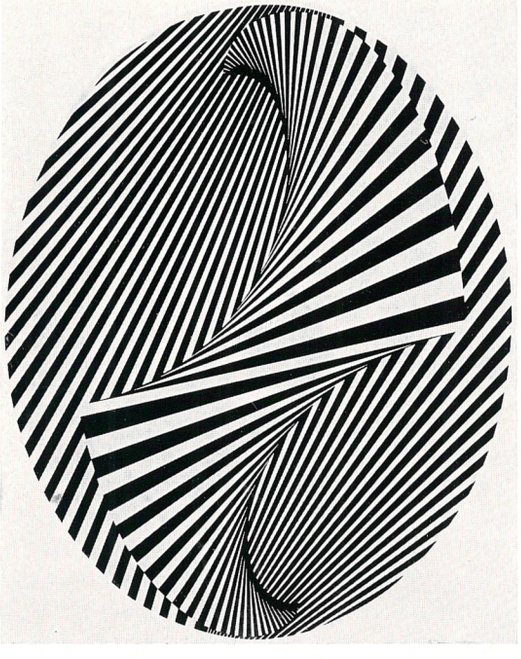
L'America grafica

Dei molti incontri avuti da Grignani in America, quello con Aaron Burns merita forse una segnalazione a parte. Egli ha introdotto il nostro grafico nei segreti delle sue macchine straordinarie, macchine che scrivono indifferentemente in tondo e corsivo a strepitosa velocità. Macchine che riproducono fedelissimamente qualsiasi segno. La riproduzione di un cartello coi comuni mezzi tecnici disponibili prende circa 20 minuti. Con la macchina di Burns la riproduzione è istantanea e così perfetta che difficilmente la si distingue dall'originale.

11



12



13

La stessa macchina riproduce poi il soggetto in diversi formati e in qualsivoglia numero di copie. Fornisce matrici di serie complete di caratteri a un prezzo corrispondente a 12 mila lire. L'uso della carta è praticamente scomparso presso gli stampatori americani, che ricorrono invece a speciali supporti di materia plastica. Infine, la macchina di Burns fornisce contemporaneamente negativi e positivi.

Questi sono i dati estremamente generici che ho potuto avere da Grignani, vincolato per quanto riguarda le macchine di Aaron Burns a un rigoroso segreto. Nella galleria attigua alla sede di rappresentanza della Burns & Co. esponeva Herb Lubalin una sua serie di caratteri di nuovo disegno di cui riproduciamo in queste pagine uno studio di grande interesse tipografico.

Da noi i centri grafici sono soltanto dei centri industriali. Ma in America diventano dei centri di cultura. Questo ha forse contribuito a spostare un poco l'interesse dall'aspetto puramente meccanico dei vari problemi a quello più strettamente connesso con la visualizzazione. A questo proposito ho voluto chiedere a Franco Grignani di puntualizzare le mansioni del designer americano nella produttività.

« In Italia », mi ha detto, « il designer è un professionista isolato. In America invece è lui che studia l'insieme della visualizzazione: dalla carta da lettera al punto di vendita. E quando interviene la pubblicità, allora è l'agenzia che si serve del lavoro svolto dal designer. Anche la pubblicità TV viene risolta talvolta da un grafico esterno o da un art director. In

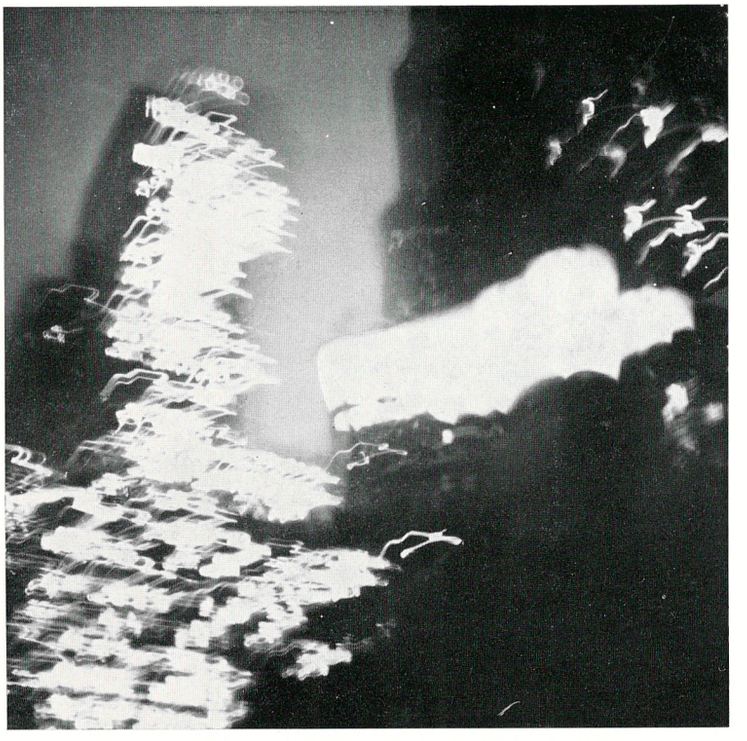
14

15

14 - Particolare della vetrina di una gioielleria nuovayorchese. La testa è decorata con grandi perle di cristallo su cui giocano singolari effetti di luce.

15 - Particolare della vetrina di un negozio di cosmetici, sempre nella Quinta Strada. La stilizzazione è ancora un simbolo della bellezza e una apprezzabile espressione del sofisma.

16 - Addio America! L'ultima visione della Madison Avenue dal taxi in corsa verso l'aeroporto. Interpretazione grignanesca di una lucida realtà che si allontana.



16

America il designer ha insomma la funzione di far diventare *cosa* una cosa che ancora non esiste ».

« E dell'America, che glie ne sembra? ».

« Gli Americani sono gentili. Il che vuol dire anche che sanno vendersi molto bene. Il Paese è sconfinato, non finisce di sorprendere l'europeo. Ricordo le quattro ore di " trenino " da St. Louis a Carbondale. La modestia dei cimiteri sulle colline. I negri e i bianchi che giocavano separati, razzismo infantile. E la foresta, due metri oltre la strada. Una grande, stupenda strada. Una intricata, incolta foresta. L'ordine americano, la civiltà americana, si ferma ai margini delle strade. E dilaga nelle città. Nell'albergo di Carbondale ogni stanza aveva una macchinetta che con una moneta da 25 cents faceva tremare il letto. Una ninna nanna a gettone. Ma questa perfezione americana, secondo me, risponde soltanto a un profondo bisogno di difesa ».

« E New York? ».

« Mi hanno chiesto: lei che è architetto, cosa ne pensa dei grattacieli di New York? Ho detto: ma i grattacieli di New York, salvo qualcuno, non sono architettura. E' New York una immensa, suggestiva architettura ».

« E ora che è tornato a lavorare al suo tavolo, a contatto con la gente di sempre, col mondo di sempre, qual'è il primo pensiero che le viene in mente, dopo un'esperienza così intensa? ». « Ecco », dice guardando la copertina dell'ultimo numero di *Linea Grafica* ancora fresco di stampa, che gli ho portato io stesso. « Nel mondo della grafica c'è chi dà e chi riceve. In tutti questi anni di lavoro, io credo di aver sempre dato ».